

# FAKTOR SEGMENTASI YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN KARTU PROVIDER TELKOMSEL (STUDI KASUS PT. TELKOMSEL PEKANBARU)

Oleh

**Sania Ovila dan Annisa Mardatillah**

Mahasiswa Dan Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fisipol UIR

## Abstract

*The research was conducted at PT. Telkomsel Pekanbaru. PT Telkomsel is a company engaged in the field of telecommunications. This company legalized on 26 May 1995 by decision of the Minister of Tourism, Post and Telecommunications, as well as the Finance Minister as one of the GSM operators in Indonesia. In its development until 2014 PT Telkomsel Being Users Most in Indonesia. Sence PT Telkomsel Doing Segmentation At consumers to be able to create products that comply with the wishes and needs of different customers. Factors Segmentation consists of Geographic, Demographic, Psychographic, and Behavior. The research goal is to analyze and determine the factors that influence consumer segmentation using Telkomsel card. In this study the authors used the data types and sources of primary data and secondary data. Primary data is data obtained directly from the object of study which includes data on the number's population, questionnaire data, data from interviews and other data deemed necessary. Secondary data is data obtained directly from the company where the research is PT Telkomsel Pekanbaru that his nature to support the analysis in this study as a general overview of the company, as well as the number of users Telkomsel card. And using two sampling techniques are accidental sampling for the withdrawal of 50 consumers and purposive sampling to 10 Customer Service. The results of the four indicators is Good Enough, All this indicates that Telkomsel Providers Card must be improved for the future.*

**Keyword : GSM Operators, Segmentation, Customer.**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang masalah

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi terutama dibidang kartu seluler serta semakin sadarnya konsumen mendorong nilai-nilai kritisisme memaksa produsen untuk intensif membuat jenis produk, dan mengharuskan mereka berpikir *innovatif* agar produk mereka senantiasa diterima pasar tidak saja dalam jangka pendek tetapi juga dapat diterima dalam jangka waktu yang panjang.

Pengaruh tersebut timbul dari berbagai sisi, seperti persaingan usaha

yang semakin tajam, perubahan kebutuhan dan pilihan konsumen, yang ditunjang oleh kemajuan teknologi. Pertumbuhan penduduk juga mendorong kebutuhan manusia semakin tidak terbatas, baik dalam jenis maupun jumlahnya. Perkembangan dunia usaha yang semakin cepat dan diiringi dengan meningkatnya persaingan menuntut perusahaan untuk semakin meningkatkan kinerjanya. Hal ini dilakukan demi meningkatkan profit

Disatu pihak, kemajuan teknologi yang dipandang dari segi waktu dan biaya telah mendekatkan jarak antara

konsumen dan produsen. Dilain pihak kedekatan tersebut tidak berarti mempermudah usaha pemenuhan kebutuhan konsumen tetapi akan semakin membuat masalah tersebut semakin kompleks. Situasi pasar yang demikian kompetitif dengan dukungan jaringan informasi membawa perubahan yang cenderung cepat dalam pola belanja konsumen pada bidang alat komunikasi khususnya kartu seluler.

Kecenderungan tersebut sangat ditentukan oleh konsumen, begitu tingginya usaha perdagangan kartu seluler dari berbagai jenis dan merek yang ditawarkan oleh produsen, menyebabkan persaingan dalam usaha perdagangan tersebut akan semakin tinggi.

Tabel 1: Perusahaan Telekomunikasi Di Indonesia

No	Jenis Jaringan	Nama Perusahaan	Jenis Kartu
1	CDMA	Bakrie telecom	ESIA Wifone Wimode AHA(bakrie connectivity) STARONE
		INDOSAT	CERIA
		Sampoerna	Smartfren
		Smartfren	Kartu ummat
		Telkom	Telkom Flexi
2	GSM	Huntchison	3
		Indosat	Im3 Mentari Matrix
		Internux	BOLT Super 4G LTE
		Telkomsel	Kartu As Kartu Simpati
		XL-Axiata	Kartu Halo XL Axis Hauraa
3	SATE-LIT	PSN/ACeS	ByRU PASTI

Sumber: [http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_produk\\_telekomunikasi\\_di\\_Indonesia#Telepon\\_Analog\\_.28PSTN.29](http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_produk_telekomunikasi_di_Indonesia#Telepon_Analog_.28PSTN.29)

Salah satu operator yang bersaing dipasaran saat ini adalah PT Telkomsel. PT Telkomsel adalah perusahaan kartu seluler yang memiliki jumlah pelanggan terbanyak seindonesia yaitu operator jaringan 3G di Indonesia, Telkomsel menguasai market share pelanggan 42%, Indosat 16,7%, XL Axiata 15,9%, Hutchison 3 Indonesia (Tri) 5,4%, dan Axis Telekom Indonesia 2,1%. Sementara dari jumlah infrastruktur jaringan, Telkomsel di Jakarta membangun 1.500 BTS Node B, Indosat 810 BTS Node, XL 756 BTS Node B, Tri 463 BTS Node B, dan Axis 497 BTS Node B.

(<http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/06/25/telkomsel-xl-dan-indosat-masuk-zona-merah-frekuensi> di publikasikan tanggal 25 juni 2013)

PT Telkomsel mempunyai 3 jenis produk inti yaitu:

Tabel 2. Produk Inti Kartu Telkomsel

No	Jenis Kartu	Keterangan
1	Kartu AS (Prabayar)	Diperuntukkan untuk pengguna yang belum produktif
2	Kartu Simpati (prabayar)	Diperuntukkan untuk pengguna kelas menengah yang sudah berpenghasilan namun dengan budget terbatas
3	Kartu Halo (pascabaya)	Diperuntukkan untuk kelas atas

Sumber : [www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)

Pada saat sekarang ini hadirnya berbagai macam jenis *gadget* menuntut PT Telkomsel harus membuat inovasi untuk menunjang perkembangan dan memenuhi kebutuhan pasar. Untuk dapat menciptakan produk, perusahaan harus menetapkan segmentasi pasar terlebih dahulu. Menurut kotler dan amstrong (2008:225) segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri.

Tabel 3. Tipe Konsumen Kartu Seluler Menurut PT.Telkomsel

No	Tipe Konsumen	Perkiraan Pendapatan	Gaya Hidup	Kepribadian	Jenis Perkiraan Kartu
1	Pekerja tradisional	Rp 2.000.000	Pemakaian hp hanya untuk Telfon & sms	Tidak mengerti internet.	SimPATI
2	Remaja sosial	Rp 1.500.000	Kebutuhan media sosial tinggi,serta suka bersosialisasi dengan telfon dan sms	Senang men download dan berbagi di media sosial,kebutuhan komunikasi tinggi	AS
3	Orang tua sayang anak	Rp 2.000.000	Sering telfon untuk mengecek aktifitas anak dan sering mengecek keadaan rumah	Tingkat khawatir tinggi,perlu akses data pendukung untuk memantau keadaan rumah	Halo
4	Eksekutif berkelas	Rp 4.000.000	Sibuk dan tidak punya banyak waktu	kebutuhan telfon dengan mitra bisnis tinggi dan ingin akses yang cepat	Halo
5	Pemuda berani	Rp 1.500.000	Mengikuti perkembangan zaman	Jarang bawa uang,tetapi tipe suka bergaya	AS
6	Ibu ibu hemat	Rp 2.000.000	Ingin apapun yang dia beli dengan harga murah	Hemat	SimPATI
7	Perkerja keras	Rp 1.800.000	Separuh hari dihabiskan untuk bekerja	Kebutuhan telfon,sms dan internet hanya untuk menunjang pekerjaan saja	SimPATI

Sumber : PT. Telkomsel Pekanbaru 2014

Untuk memenuhi kebutuhan dari tipe pelanggan yang berbeda-beda tersebut, maka PT Telkomsel mengembangkan kartu inti menjadi beberapa beberapa bagian lagi, dengan paket, promo dan tarif yang berbeda-beda sebagai berikut:

1. Kartu AS. Kartu AS di desain berdasarkan kebutuhan anak muda yang belum produktif, didalamnya juga terdapat paket yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. yaitu Paket Kartu AS PlayMania memiliki promo 500 sms gratis kesemua operator setelah kirim sms pertama, telfon Dengan tarif Rp.120,- per 50 detik,serta paket internet yang mulai dari Rp.1000,- per hari nya
2. Kartu simPATI. Ditujukan untuk pelanggan yang sudah produktif tapi

dengan budget yang terbatas serta mempunyai kebutuhan telfon, SMS, dan data yang lebih lama, hal ini ditunjang dengan beberapa paket didalamnya, yaitu:

- a) SimPATI PUAS. Promo dari simPATI PUAS adalah gratis sms yaitu dengan mengirim 10 sms selanjutnya gratis 500 sms
- b) SimPATI Jagoan Nelpon. Promo dari simPATI Jagoan Nelpon ini adalah tarif telfon, yaitu mulai pada jam 01.00-07.59 tarif Rp.143 per 4 detik untuk 40 detik, selanjutnya Rp.3 per 4 detik sampai 2060 detik, jam 08.00-15.59 tarif Rp.143 per 4 detik untuk 80 detik, selanjutnya Rp 3 per 4 detik untuk 2020 detik, jam 16.00-00.59 tarif

Rp.120 per detik untuk 120 detik selanjutnya Rp 3 per 4 detik selama 2580 detik tarif tersebut berlaku untuk sesama Telkomsel

- c) SimPATI Gratis Nelpon & Internet Berjam-jam. Promo dari paket simPATI gratis nelpon & internet berjam-jam ini adalah memberikan gratis telfon setelah pemakaian minimal yaitu pada jam 00.00-06.00 pada pemakaian telfon Rp.1000,- telfon selanjutnya gratis, jam 06.00-11.00 pada pemakaian telfon Rp 2000,- telfon selanjutnya gratis, jam 11.00-17.00 pada pemakaian telfon Rp 3000,- telfon selanjutnya gratis dan pada 17.00- 24.00 pada pemakaian Rp.5000,- telfon selanjutnya gratis. Sedangkan internet pada jam 00.00-06.00 setelah penggunaan 200 kb atau Rp.1000,- pada pemakaian selanjutnya gratis selama waktu akses

Dan untuk menunjang paket paket diatas, telkomsel juga memberikan promo yang dapat diaktifkan berjangka ,yaitu:

- a. SimPATI InternetMania Ultima. Yaitu paket internet dengan harga mulai dari 20 ribu dengan kuota 225 Mb dengan masa aktif 30 hari
- b. SimPATI Nelpon Rumah. Yaitu paket telfon rumah yang dapat diaktifkan per hari, paket ini dapat diaktifkan dengan tariff Rp.1000,- untuk mendapatkan bonus telfon ke telfon rumah dan Telkom Flexy sebesar Rp.20.000,-
- c. SimPATI SMS Mania. Yaitu paket sms yang dapat diaktifkan per hari dengan tarif Rp.2000,- untuk mendapatkan bonus 2000 sms per hari

- d. SimPATI TalkMania. Yaitu paket telfon yang dapat diaktifkan perhari dengan tarif siang waktu pengaktifan jam 01.00-16.30 Rp 2.750,- untuk mendapatkan bonus telfon 200 menit kesesama telkomsel dan tambahan 50 menit khusus jaringan 3G, waktu penggunaan dari jam 01.00–18.00, sedangkan tariff malam waktu pengaktifan jam 17.00-23.30 Rp3.250,- untuk mendapatkan bonus telfon sebesar 150 menit kesesama telkomsel dan tambahan 50 menit khusus jaringan 3G

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan telkomsel simPATI membuat 2 kartu tambahan lagi yaitu:

- a. Kartu LOOP  
Memiliki paket internet serta berbagai layanan untuk anak muda seperti konten music, Kartu LOOP juga didukung dengan pelayanan khusus sesuai dengan gaya anak muda seperti LOOP MoGi (mobile grapari)
- b. Kartu FACEBOOK  
Kartu ini memberikan keuntungan dengan gratis data untuk media sosial Facebook
3. Kartu HALO. Kartu HALO adalah produk telkomsel dengan sistem pasca bayar, produk ini memiliki beberapa paket penunjang yaitu
  - a. HALO Family  
HALO Family adalah paket yang di tujukan untuk mempermudah komunikasi keluarga pengguna Kartu HALO dengan keuntungan yaitu:
    1. *Family Recharge*: mengisi ulang pulsa keluarga yang termasuk didalam member
    2. *Family Control*: yaitu kartu utama dapat melakukan filter pada website dan aplikasi, menentukan lokasi handset

keluarga termasuk dengan fitur check in, bisa mengontrol sms, mms, daftar kontak, foto yang dikirim, daftar panggilan dan akses jejaring sosial, dapat mengontrol waktu penggunaan handset, mengunci handset keluarga dari jarak jauh, memberikan proteksi agar aplikasi tidak dapat dihapus. serta interface web portal untuk mengakses laporan, pengaturan dan konfigurasi jarak jauh

3. *Family Content*: yaitu pengguna dapat menikmati konten majalah digital, mobile tv, streaming dan nsp
4. *Family Billing*: untuk pasca bayar biaya tagihan member disatukan dalam kartu utama
5. *Family Group Call* : yaitu gratis telfon 100 menit ke anggota member per bulan

b. HALO FIT Hybrid

Yaitu pengguna kartu halo dapat mengaktifkan kurtu ini untuk menikmati layanan pasca bayar sekaligus prabayar. pelanggan dapat menentukan jumlah maksimum pemakaian dan ketika sudah mencapai jumlah maksimum pengguna dapat mengisi ulang menggunakan voucer simPATI atau AS

c. HALO Multi-Line

Halo Multi-Line adalah fitur terbaru dari kartu Halo yang memungkinkan pelanggan mempunyai lebih dari 1 HaloData dalam kartu Halo nya. Pelanggan akan mendapatkan fitur-fitur melakukan transfer quota dari kartu Halo utama kepada kartu tambahan, ketika paket data sudah habis.kemudahan yang ditawarkan yang ditawarkan fitur ini adalah:

1. Kemampuan untuk mempunyai Maksimal 5 kartuHalo dalam 1 billing
2. Berbagai pilihan Paket Data yang menarik yang dapat di-apply untuk kartuHalo tambahan (Halodata)
3. Transfer Quota ketika Paket Data telah habis quota-nya di HaloData
4. Kemudahan pembayaran dalam 1 tagihan

Penelitian ini menguji faktor-faktor segmentasi pasar yang terdiri dari variabel segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku. Untuk penelitian tersebut disimpulkan bahwa dibutuhkan data jumlah pelanggan PT. Telkomsel untuk mengukur sejauh mana efektivitas segmentasi pasar PT Telkomsel. Adapun data pelanggan PT. Telkomsel adalah sebagai berikut

Tabel 4. Jumlah Pengguna Telkomsel Pekanbaru

No	Tahun	Jumlah pelanggan
1	2012	2.967.179
2	2013	2.325.438
3	2014	3.060.922

Sumber :PT Telkomsel Pekanbaru 2014

Data diatas merupakan gabungan dari jumlah seluruh pengguna kartu Telkomsel.yang terdiri dari kartu inti AS, SimPATI, dan Halo.

Dari data tersebut maka dapat diuraikankan beberapa fenomena yaitu :

1. Kartu Telkomsel memiliki jenis kartu dengan paket, promo serta tarif yang berbeda-beda di setiap kartunya, yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, namun pembagian jenis paket dari setiap kartu yang beragam dan ditentukan dengan batas waktu membuat pelanggan menjadi sulit menentukan pilihan.

2. Jumlah pelanggan telkomsel se  
riau yang tidak stabil setiap  
tahunnya, yaitu terjadinya  
penurunan dari jumlah  
pelanggan yang tercatat di  
bulan desember 2012, jumlah  
pelanggan sebanyak 2.967.179  
turun ditahun 2013 menjadi  
2.325.438 kemudian jumlah  
pelanggan kembali meningkat  
menjadi 3.060.922 ditahun 2014
3. Telkomsel membagi konsumen  
nya menjadi tujuh bagian, yaitu  
pekerja tradisional, remaja  
sosial, pekerja keras, eksekutif  
berkelas, pemuda berani, orang  
tua saying anak, ibu-ibu hemat  
dilihat dari pendapatan gaya  
hidup kepribadian serta  
demografi konsumen. hal itu  
digunakan untuk sebagai  
referensi pembuatan paket dan  
promo telkomsel. tetapi  
paket, promo serta tarif  
telkomsel lebih banyak  
diperuntukkan bagi remaja  
sosial dan pemuda  
berani, sehingga tidak semua  
konsumen dapat menikmati  
paket, tarif, serta promo karena  
tidak sesuai dengan kebutuhan  
mereka

### **Perumusan masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah yang penulis kemukakan adalah faktor faktor segmentasi mana yang mempengaruhi konsumen dalam memilih menggunakan kartu provider Telkomsel?

### **Tujuan penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis faktor faktor segmentasi yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan kartu provider telkomsel

### **Kegunaan Penelitian**

- a. Dapat dijadikan bahan masukan bagi PT.Telkomsel dalam meningkatkan dan menetapkan kebijakan pelayanan dimasa yang akan datang
- b. Untuk memberikan sumbangan dalam rangka mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dengan kenyataan yang berlaku saat ini.
- c. Sebagai bahan referensi untuk penelitian dengan objek yang sama.

### **STUDY KEPUSTAKAAN**

#### **Konsep Administrasi**

Ilmu administrasi selalu dikaitkan dengan kegiatan kerja sama. Maka jelas setiap orang yang terlibat atau melakukan kegiatan kerjasama dengan orang lain maka itu berhubungan dengan administrasi dan akan mengalami masalah administrasi. Menurut Siagian (2006:2), Administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tentu dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelum dengan manfaat sarana dan prasarana tertentu secara berdaya guna dan berhasil guna. Selanjutnya Siagian (2006:3) mengatakan bahwa administrasi sebagai proses yaitu melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu yang dimulai sejak adanya dua orang yang sepakat untuk bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Konsep Administrasi diidentikan dengan berbagai bentuk keterangan tertulis, dalam studi administrasi dikonsepsikan sebagai administrasi dalam arti sempit. Pada konteks ini administrasi diartikan sebagai rangkaian pekerjaan ketatausahaan atau kesekretarisan yang terkait dengan surat

menyurat dan pengolahan keterangan tertulis lainnya. (Zulkifli 2005:16-17)

### **Pemasaran Jasa**

Menurut Philip Kotler dalam lupiyoadi dan hamdani (2006: 6) Jasa adalah “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibel* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak”..

Menurut Umar (2003; 76), pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat *intangible* dan *immaterial* dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. Pemasaran menurut Sofyan Assauri (2004;5) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara konsumen dengan penyedia meskipun dalam interaksi tersebut yang diperjual belikan tidak berwujud.

### **Jasa Telekomunikasi Seluler**

Menurut UU No. 36 tahun 1999 Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau system elektromagnetik. Lainnya Alat telekomunikasi adalah setiap alat perlengkapan yang digunakan dalam bertelekomunikasi. Perangkat telekomunikasi adalah sekelompok alat telekomunikasi yang memungkinkan bertelekomunikasi. Sarana dan prasarana telekomunikasi adalah segala sesuatu yang memungkinkan dan mendukung berfungsinya telekomunikasi. Jaringan telekomunikasi adalah rangkaian perangkat telekomunikasi dan

kelengkapannya yang digunakan dalam bertelekomunikasi.

*Seluler* adalah suatu sistem komunikasi yang dapat memberikan layanan telekomunikasi baik data, voice, gambar maupun video

Kartu SIM (*Subscriber Identity Module*) adalah sebuah kartu pintar seukuran prangko yang ditaruh di telepon genggam yang menyimpan kunci pengenalan jasa telekomunikasi ([http://id.wikipedia.org/wiki/Kartu\\_SIM](http://id.wikipedia.org/wiki/Kartu_SIM))

### **Segmentasi Pasar**

Kebutuhan dan keinginan pembeli yang bervariasi menjadi pedoman bagi rancangan strategi pemasaran. Pembeli biasanya memperlihatkan preferensi dan prioritas produk yang berbeda-beda. Mereka pada umumnya menginginkan produk dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan mereka dengan harga yang bersaing. Perbedaan – perbedaan inilah yang menciptakan segmen pasar.

Segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda – beda. Dalam setiap segmen terdapat beberapa perbedaan dari pembeli – pembeli yang mempunyai kebutuhan, pola pembelian, dan tanggapan terhadap berbagai macam penawaran. Menurut Kotler (1997:222) definisi segmentasi pasar adalah kelompok yang dapat diidentifikasi di dalam sebuah pasar.

Cravens dalam Kotler (2002:257) menyatakan bahwa strategi segmentasi meliputi :

1. Pengidentifikasian dan penganalisaan segmen pada pasar produk.
2. Pemutusan segmen mana yang akan dijadikan sasaran.
3. Perancangan dan pengimplementasian strategi penentuan posisi program pemasaran untuk setiap segmen sasaran.

Oleh karenanya strategi segmentasi yang lengkap mencakup lebih dari identifikasi sub kelompok. Adalah tepat bila dikatakan tidak ada konsep lain dalam pemasaran selain segmentasi karena pada intinya segmentasi pasar adalah kunci utama untuk memilah – milah karakteristik konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:226), ada empat variabel utama yang bisa digunakan sebagai dasar – dasar pengelompokan pasar yaitu variabel demografi, geografi, psikografi, dan perilaku

1. Variabel Geografi. Segmentasi geografi membutuhkan pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, negara bagian, daerah, kota, atau bahkan lingkungan sekitar.

2. Variabel Demografi. Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kebangsaan.

3. Variabel Psikografis. Segmentasi Psikografi membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup, dan karakteristik kepribadian.

4. Variabel Perilaku. Segmentasi tingkah laku membagi pembeli mejadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respons mereka terhadap sebuah produk.

### Operasional Variabel

Tabel 5 :Operasional Variabel Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Sub indikator	Skala
Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran sendiri (kotler dan amstrong 2008)	Segmentasi	1.Geografis	a.wilayah b.negara bagian c.daerah/kota d.lingkungan sekitar	Ordinal
		2.demografis	a.usia b.jenis kelamin c.ukuran keluarga d.siklus hidup keluarga e.pendapatan f.pekerjaan g.pendidikan h.agama i.ras j.generasi k.kebangsaan	Ordinal
		3.Psikografis	a.gaya hidup b.kelas sosial c.kepribadian	Ordinal
		4.Perilaku	a.pengetahuan b.sikap c.respon produk	Ordinal

Sumber : Olahan Penelitian 2015

### Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran menggunakan metode Skala Likert. Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian

indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Pengukuran terhadap indikator variabel diklasifikasikan



menjadi 3 bagian kategori penelitian yaitu baik dengan presentase 68%-100%, cukup baik dengan presentase 34%-67%, dan kurang baik dengan presentase 1%-33%.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini bersifat atau berbentuk kuantitatif deskriptif. Disini penulis langsung melakukan penelitian di PT. Telkomsel cabang Pekanbaru, dengan mensurvey langsung hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan, sehingga penulis dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang apa yang terdapat pada saat penelitian, dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasi sehingga di peroleh rumusan analisa terhadap masalah yang di hadapi.

### **Lokasi Penelitian**

Untuk memenuhi kebutuhan penulis, maka penulis mengambil objek penelitian pada PT. Telkomsel Pekanbaru yang berlokasi di jalan Sudirman kota Pekanbaru serta melakukan penelitian langsung terhadap konsumen-konsumen yang pernah memakai kartu provider Telkomsel. Alasan memilih PT Telkomsel sebagai objek adalah karena PT Telkomsel merupakan salah satu provider terbesar se Indonesia

### **Populasi Dan Sampel**

Sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah karyawan (Customer Service) pada PT. Telkomsel cabang Pekanbaru sebanyak 10 orang dari 16 orang pegawai yang ada, beserta pelanggan yang menggunakan dan memproduksi PT. Telkomsel cabang Pekanbaru sebanyak 50 orang dari 3.060.946 pelanggan yang ada. Sedangkan manager regional account dan supervisor sales and outlet operation service dijadikan sebagai key informan.

### **Teknik Penarikan Sample**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini untuk konsumen menggunakan sampling insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Sedangkan pada sampel customer service digunakan metode *Sampling Purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

### **Jenis dan Sumber Data**

1. Data primer yaitu ada penulisan kumpulan secara langsung dari responden penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang didapatkan dengan melakukan pengumpulan bahan laporan berbagai sumber yang ada kaitanya dengan penelitian ini. adapun sekunder dikumpulkan melalui : tugas dan tanggung jawab personil, struktur organisasi PT, aktifitas PT

### **Teknik pengumpulan data**

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka dipergunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner, wawancara dan observasi.

### **Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode deskriptif, dimana data yang diperoleh disusun dan dikelompokkan dari bentuk tabel secara detail serta dihubungkan dengan teori teori yang ada kaitanya dengan pembahasan masalah. lalu dianalisis dalam bentuk uraian.

## **PEMBAHASAN**

**Faktor Segmentasi yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Kartu Provider Telkomsel**

## 1. Geografis

Perusahaan membutuhkan pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, negara bagian, daerah, kota, atau bahkan lingkungan sekitar. Karena dengan membagi konsumen berdasarkan

geografis perusahaan dapat menentukan pelayanan yang tepat berdasarkan tempat tinggal, maupun wilayah konsumen

Berikut ini tanggapan dari pengguna kartu Telkomsel dan Customer service yang mengisi kusioner yaitu:

Tabel 6 :Distribusi Tanggapan Responden Pengguna Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Geografis pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Kurang Baik	Cukup Baik	
1	Wilayah	35 (70%)	15 (30%)	-	50
2	Lingkungan sekitar	41(82%)	9 (18%)	-	50
3	Negara bagian	28 (56%)	22 (44%)	-	50
4	Kota	35 (70%)	15 (30%)	-	50
	Jumlah	139	61	-	200
	Rata – Rata	35	15	-	50
	Persentase	70%	30%	-	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 6 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 35 orang yang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 13 orang, Wiraswasta 6 orang, Mahasiswa 7 Orang, dan pelajar 6 orang, menyatakan Baik atau sama dengan 70%, alasannya karena signal Telkomsel kuat bahkan untuk daerah yang sulit dijangkau oleh kartu seluler lain hanya signal Telkomsel yang bagus, Untuk jaringan internet diwilayah sukakarya panam signal yang bagus adalah SimPATI dan Loop. Sedangkan 15 yang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 2 orang, Wiraswasta 3 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 3 orang responden menyatakan cukup baik atau sama dengan persentase 30% karena konsumen merasa cukup puas dengan signal Telkomsel namun pada hari hari tertentu seperti disaat libur maupun hari hari besar kualitas Signal sedikit terganggu.. Dan yang menyatakan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Berdasarkan item 2 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 41 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 13 orang,

Wiraswasta 7 orang, Mahasiswa 10 Orang, dan pelajar 8 orang atau persentase 82% alasannya karena hampir semua kontak di handphone mereka menggunakan kartu Telkomsel. Untuk beberapa responden program TM (Talk Mania) yaitu tarif telfon hemat sangat menguntungkan bagi mereka dalam komunikasi, sehingga diantara mereka juga mengajak keluarga maupun kerabat menggunakan kartu Telkomsel khususnya SimPATI dan Kartu AS agar bisa menikmati layanan telfon hemat atau Talk Mania tersebut. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 9 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 2 orang, Wiraswasta 2 orang, Mahasiswa 3 Orang, dan pelajar 1 orang atau dengan persentase 18%, alasannya karena ada beberapa kerabat yang menggunakan kartu provider lain. Beberapa dari responden yang berstatus pelajar maupun mahasiswa memberikan alasan bahwa sebagian dari kerabat mereka ada yang menggunakan kartu provider lain karena ada tarif yang menguntungkan seperti internet murah pada tengah malam. Dan untuk yang menyatakan kurang baik tidak ada

Berdasarkan item 3 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 28 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 10 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 5 orang atau persentase 56% alasannya karena mereka tetap bisa menghubungi keluarga yang berada diluar negri dengan mudah. Dan juga mereka tidak perlu mengganti kartu di saat naik haji. Maupun ke beberapa Negara lain. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 22 orang atau terdiri dari PNS 1 orang, Umum 6 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 7 Orang, dan pelajar 4 orang dengan persentase 44%, alasannya karena cukup puas dengan layanan telfon keluar negri .namun jaringan terkadang kurang stabil. dan tarif masih dirasa cukup mahal Dan untuk yang menyatakan kurang baik tidak ada

Berdasarkan item 4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 35 orang terdiri

dari PNS 3 orang, Umum 13 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 8 Orang, dan pelajar 7 orang atau persentase 70% alasannya karena mereka mudah menghubungi kerabat, saudara maupun relasi keluar kota. Pada saat keluar kota mereka juga tidak perlu mengganti kartu, dan tetap menikmati paket dengan tarif yang sama. kualitas signal saat melakukan panggilan juga bagus. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 15 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 3 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 2 orang atau dengan persentase 30%, alasannya karena mereka cukup puas dengan layanan telfon keluar kota tetapi untuk kerabat diluar kota yang menggunakan kartu provider lain tarif dirasakan cukup mahal bagi responden. Dan untuk yang menyatakan kurang baik tidak ada.

Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator geografis dikategorikan baik.

Tabel 7 : Distribusi Tanggapan Responden Customer Service Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Geografis pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Wilayah	9 (90%)	1 (10%)	-	10
2	Lingkungan sekitar	10 (100%)	-	-	10
3	Negara bagian	8 (80%)	2 (20%)	-	10
4	Kota	8 (80%)	2 (20%)	-	10
	Jumlah	35	5	-	40
	Rata-rata	9	1	-	10
	Persentase	90%	10%	-	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 7 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 9 orang menyatakan Baik atau sama dengan 90%, alasannya karena signal Telkomsel kuat bahkan untuk daerah tertentu hanya jaringan Telkomsel yang bagus,. Sedangkan 1 responden menyatakan cukup baik atau sama dengan persentase 10% karena konsumen merasa cukup puas dengan signal Telkomsel. Dan yang

menyatakan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 2 dapat dilihat bahwa 10 orang menyatakan Baik atau sama dengan 100%, alasannya karena telkomsel merupakan operator dengan pengguna terbanyak se Indonesia maupun se Pekanbaru. Sedangkan responden menyatakan cukup baik Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 3 dapat dilihat bahwa 8 orang menyatakan Baik atau sama dengan 80%, alasannya Karena pelanggan bisa menghubungi kerabat dengan mudah diluar negri dengan jaringan yang bagus. Sedangkan responden menyatakan cukup baik 2 orang atau dengan persentase 20% alasannya karena telkomsel sudah bekerja sama dengan operator Negara lain. Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 4 dapat dilihat bahwa 8 orang menyatakan Baik atau sama dengan 80%, alasannya Karena pelanggan bisa menghubungi kerabat dengan mudah diluar kota dengan jaringan yang bagus. Sedangkan responden

menyatakan cukup baik 2 orang atau dengan persentase 20% alasannya sama dengan Baik karena Telkomsel memberikan kemudahan menghubungi kerabat diluar kota. Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator geografis dikategorikan Baik.

*Hasil wawancara dari manager regional account wilayah sumbagteng "Telkomsel selalu berusaha menjangkau masyarakat hingga ke daerah yang terpencil.dengan meluaskan signal,serta Telkomsel menjalin hubungan kerjasama dengan operator Negara lain untuk memudahkan pengguna dalam berkomunikasi"*

## 2. Demografis

Tabel 8 : Distribusi Tanggapan Responden Pengguna Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Demografis pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Usia	26 (52%)	21 (42%)	3(6%)	50
2	Jenis Kelamin	23 (46%)	26 (52%)	1 (2%)	50
3	Ukuran Keluarga	24 (48%)	25 (50%)	1 (2%)	50
4	Siklus Hidup Keluarga	29 (58%)	21 (42%)	-	50
5	Pendapatan	31 (62%)	18 (36%)	1 (2%)	50
6	Pekerjaan	22 (44%)	23 (46%)	5 (10%)	50
7	Agama	16 (32%)	32 (64%)	2 (4%)	50
8	Ras	24 (48%)	26 (52%)	-	50
9	Generasi	26 (52%)	23 (46%)	1 (2%)	50
10	Pendidikan	21 (42%)	29 (58%)	-	50
11	Kebangsaan	26 (52%)	24 (48%)	-	50
	Jumlah	268	268	14	550
	Rata - rata	24	24	2	50
	Persentase	48%	48%	4%	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 8 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 26 orang terdiri dari PNS 2 orang, Umum 7 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 7 orang menyatakan Baik atau sama dengan 52%, alasannya karena kartu Telkomsel cocok untuk anak-anak maupun dewasa,dan tidak mengandung unsur yang membahayakan didalam konten, maupun promo bahkan bagi anak dibawah umur. untuk

pengguna kartu Halo,responden yang berstatus Orang tua merasa nyaman dengan paket Halo Family karena bisa mengawasi dan membatasi kegiatan komunikasi maupun internet yang digunakan anak-anak mereka. sehingga Sedangkan 21 responden terdiri dari PNS 2 orang, Umum 7 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 2 orang menyatakan cukup baik atau sama dengan persentase

42% karena konsumen merasa tidak ada masalah dengan konten dari kartu Telkomsel. Dan yang menyatakan kurang baik adalah 3 orang yang terdiri dari umum 1 orang, wiraswasta 1 orang dan mahasiswa 1 orang dengan persentase 6% dari jumlah responden, alasannya karena pilihan paket yang banyak menyulitkan pelanggan yang berada di usia tua, dan kurang memahami. Alasan lain bahwa untuk anak usia remaja kemudahan dalam berinternet tidak selalu memberikan keuntungan. Mereka jadi tidak peduli keadaan sekitar

Berdasarkan item 2 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 23 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 8 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 8 Orang, dan pelajar 3 orang atau persentase 46% alasannya karena kartu Telkomsel memberikan pelayanan telekomunikasi yang sama bagi semua jenis kelamin. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 26 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 6 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 6 orang atau dengan persentase 52%, alasannya mereka merasa cukup sama dan tidak dibedakan. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu 1 orang berprofesi Umum dengan persentase 2% bahwa di Grapari tidak ada tempat duduk pemisah antara laki laki dan perempuan sehingga dirasa kurang nyaman

Berdasarkan item 3 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 24 orang terdiri dari PNS 2 orang, Umum 10 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 3 Orang, dan pelajar 4 orang atau persentase 48% alasannya karena telkomsel memberikan pilihan sesuai dengan budget pengeluaran mereka. Apalagi dengan adanya Talk Mania yaitu tarif hemat ke sesame

Telkomsel yang dirasa sangat murah. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 25 orang terdiri dari PNS 2 orang, Umum 5 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 9 Orang, dan pelajar 5 orang atau dengan persentase 50%, alasannya karena cukup puas dengan tarif kartu Telkomsel namun tarif ke operator lain masih dirasa cukup mahal. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu 1 orang berprofesi sebagai mahasiswa dengan persentase 2% alasannya karena paket berbeda serta dengan tarif dan promo yang berbeda pelanggan jadi sulit memilih dan akhirnya memilih menggunakan tarif bawaan kartu sehingga tidak bisa menikmati promo yang disediakan Telkomsel.

Berdasarkan item 4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 29 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 8 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 7 Orang, dan pelajar 7 orang atau persentase 58% alasannya karena mereka mudah menghubungi saudara dan anak-anak, maupun orang tua mereka karena signal bagus di bawa kemana-mana. Dari beberapa responden yang ber status Orang tua menyarankan anaknya untuk menggunakan kartu telkomsel karena mereka juga menggunakan kartu Telkomsel sejak lama. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 21 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 7 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 2 orang atau dengan persentase 42%, alasannya karena mereka cukup puas dengan layanan telfon keluarga dan memudahkan mereka menghubungi keluarga. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 5 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 31 orang terdiri

dari PNS 3 orang, Umum 10 orang, Wiraswasta 6 orang, Mahasiswa 7 Orang, dan pelajar 5 orang atau persentase 62% alasannya karena cocok dengan tarif kartu Telkomsel. apalagi mereka dapat menikmati paket serta promo dan undian dari Telkomsel poin. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 18 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 4 orang, Wiraswasta 3 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 4 orang atau dengan persentase 36%, alasannya karena mereka cukup puas dengan tarif walaupun harus mengaktifkan paket serta promo untuk menikmati tarif murah. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu 1 orang berprofesi Umum dengan persentase 2% dengan alasan tarif Telkomsel cukup mahal untuk telfon ke operator lain

Berdasarkan item 6 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 22 orang terdiri dari Umum 9 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 5 orang atau persentase 44% alasannya karena mempermudah pekerjaan mereka baik untuk internetan maupun komunikasi karena signal kuat dibawa kemana pun. Beberapa responden menyatakan bahwa relasi kerja mereka juga banyak yang menggunakan kartu Telkomsel. sehingga mereka dapat menikmati tarif hemat saat kebutuhan komunikasi pekerjaan Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 23 orang terdiri dari PNS 4 orang, Umum 4 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 7 Orang, dan pelajar 4 orang atau dengan persentase 36%, alasannya karena kartu telkomsel cukup membantu pekerjaan mereka. namun mereka harus mengaktifkan paket dengan jangka waktu tertentu yang dirasakan cukup merepotkan. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu 5 orang terdiri dari umum 2 orang, wiraswasta 1 orang dan mahasiswa 2 orang dengan

persentase 10% dengan alasan bahwa pekerjaan mereka membutuhkan akses internet, dan ada kartu provider lain yang memberikan tarif internet lebih murah, sehingga mereka harus menggunakan dua kartu untuk pekerjaan mereka. satu untuk berkomunikasi yaitu kartu Telkomsel dan satu untuk internetan dengan kartu provider lain.

Berdasarkan item 7 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 16 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 7 orang, Wiraswasta 2 orang, Mahasiswa 2 Orang, dan pelajar 4 orang atau persentase 32% alasannya karena telkomsel memudahkan mereka saat naik haji tidak perlu mengganti kartu. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 32 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 8 orang, Wiraswasta 7 orang, Mahasiswa 10 Orang, dan pelajar 4 orang atau dengan persentase 64%, alasannya karena mereka cukup puas dengan gratisan maupun bonus yang diberikan Telkomsel disaat hari-hari besar. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu 2 orang terdiri dari mahasiswa dan pelajar dengan persentase 4% dengan alasan apabila di hari-hari besar seperti lebaran jaringan Telkomsel menjadi kurang bagus.

Berdasarkan item 8 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 24 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 12 orang, Wiraswasta 3 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 4 orang atau persentase 48% alasannya karena Telkomsel memberikan pelayanan yang sama semua golongan. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 26 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 3 orang, Wiraswasta 7 orang, Mahasiswa 9 Orang, dan pelajar 5 orang atau dengan persentase 52%, dengan alasan yang sama seperti Baik yaitu Telkomsel memberikan pelayanan yang sama bagi

semua golongan. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 9 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 26 orang terdiri dari PNS 2 orang, Umum 11 orang, Wiraswasta 3 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 6 orang atau persentase 52% alasannya karena telkomsel membantu, dengan adanya jangkauan internet yang luas membantu memberikan pengetahuan dibidang teknologi, sosial maupun budaya. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 23 orang terdiri dari PNS 2 orang, Umum 4 orang, Wiraswasta 6 orang, Mahasiswa 8 Orang, dan pelajar 3 orang atau dengan persentase 46%, alasannya sama dengan Baik yaitu karena kartu Telkomsel cukup memberikan kontrobusi terhadap generasi mendatang melalui jangkauannya yang luas . Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu 1 orang berprofesi sebagai Mahasiswa dengan persentase 2% tanpa alasan

Berdasarkan item 10 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 21 orang terdiri dari Umum 8 orang, Wiraswasta 3 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 6 orang atau persentase 42% alasannya karena sangat membantu apalagi sekarang banyak yang menggunakan e-

book, karena jaringannya yang bagus dimana mana orang bisa belajar dimana saja. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 29 orang terdiri dari PNS 4 orang, Umum 7 orang, Wiraswasta 6 orang, Mahasiswa 9 Orang, dan pelajar 3 orang atau dengan persentase 58%, alasannya karena cukup membantu dalam dunia pendidikan, tetapi pada pelajar penggunaannya harus tetap diawasi. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 11 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 26 orang terdiri dari, Umum 10 orang, Wiraswasta 3 orang, Mahasiswa 8 Orang, dan pelajar 5 orang atau persentase 52% alasannya karena telkomsel selalu berkembang menyesuaikan dengan kebutuhan sehingga mempermudah komunikasi, dengan mudahnya komunikasi dapat meningkatkan berkembangnya suatu bangsa. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 24 orang terdiri dari PNS 4 orang, Umum 5 orang, Wiraswasta 6 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 4 orang atau dengan persentase 48%, alasannya sama dengan Baik. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator demografis dikategorikan cukup baik.

Tabel 9 : Distribusi Tanggapan Responden Customer Service Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Demografis pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Usia	9 (90%)	1 (10%)	-	10
2	Jenis Kelamin	9 (90%)	1 (10%)	-	10
3	Ukuran Keluarga	9 (90%)	1 (10%)	-	10
4	Siklus Hidup Keluarga	9 (90%)	1 (10%)	-	10
5	Pendapatan	10 (100%)	-	-	10
6	Pekerjaan	9 (90%)	1 (10%)	-	10
7	Agama	6 (60%)	4 (40%)	-	10
8	Ras	10 (100%)	-	-	10
9	Generasi	8 (80%)	2 (20%)	-	10
10	Pendidikan	9 (90%)	1 (10%)	-	10
11	Kebangsaan	8 (80%)	2 (20%)	-	10

	Jumlah	96	14	-	110
	Rata rata	9	1	-	10
	persentase	90%	10%	-	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 9 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 9 orang menyatakan Baik atau sama dengan 90%, alasannya karena kartu Telkomsel cocok untuk anak-anak maupun dewasa, dan tidak mengandung unsure yang membahayakan didalam konten, maupun promo bagi anak dibawah umur. Sedangkan 1 responden menyatakan cukup baik atau sama dengan persentase 10% karena konsumen merasa tidak ada masalah dengan konten dari kartu Telkomsel. Dan yang menyatakan kurang baik adalah tidak ada

Berdasarkan item 2 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 9 orang atau persentase 90% alasannya karena kartu Telkomsel memberikan pelayanan telekomunikasi yang sama bagi semua jenis kelamin. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 1 orang atau dengan persentase 10%, alasannya mereka merasa cukup sama dan tidak dibeda-bedakan. Dan untuk yang menyatakan kurang baik tidak ada

Berdasarkan item 3 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 9 orang atau persentase 90% alasannya karena telkomsel memberikan pilihan dan tarif sesuai dengan kelas sosial dan kebutuhan para pengguna. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 1 orang atau dengan persentase 10%, alasannya karena tarif Telkomsel memberikan pilihan. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 9 orang atau persentase 90% Telkomsel memberikan kemudahan dan pelayanan terbaik untuk keluarga contohnya saja dengan

menciptakan Halo Family. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 1 orang atau dengan persentase 10%, alasannya karena cukup memenuhi kebutuhan dengan layanan dan tarif yang disediakan. Sedangkan yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 5 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 10 orang atau persentase 100% alasannya karena Telkomsel memberikan pilihan tarif bagi penggunaannya sehingga bisa disesuaikan dengan pendapatan. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik 0 responden. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu 0 responden

Berdasarkan item 6 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 9 orang atau persentase 90% alasannya karena mempermudah pekerjaan pelanggan baik untuk internetan maupun komunikasi karena signal kuat dibawa kemana pun. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 1 orang atau dengan persentase 10%, alasannya karena kartu telkomsel cukup membantu pekerjaan pelanggan. Dan untuk yang menyatakan kurang baik tidak ada

Berdasarkan item 7 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 6 orang atau persentase 60% alasannya kartu telkomsel memberikan banyak bonus dihari-hari besar, serta tidak perlu ganti kartu di saat naik haji. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 4 orang atau dengan persentase 40%, alasannya sama dengan Baik yaitu memberikan bonus dihari-hari besar. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 8 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang



menyatakan baik adalah 10 orang atau persentase 100% alasannya karena telkomsel pelayanan yang setara pada semua golongan. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik tidak ada. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 9 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 8 orang atau persentase 80% alasannya karena telkomsel membantu, dengan adanya jangkauan internet yang luas membantu memberikan pengetahuan dibidang teknologi, sosial maupun budaya. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 2 orang atau dengan persentase 20%, alasannya sama dengan Baik yaitu karena kartu telkomsel cukup memberikan kontrobusi terhadap generasi mendatang melalui jangkauannya yang luas. Dan untuk yang menyatakan kurang baik tidak ada

Berdasarkan item 10 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 9 orang atau persentase 90% alasannya karena sangat membantu, karena jaringannya yang bagus dimana mana orang bisa belajar dimana saja. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 1 orang

atau dengan persentase 10%, alasannya karena cukup membantu dalam dunia pendidikan Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Berdasarkan item 11 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menyatakan baik adalah 8 orang atau persentase 80% alasannya karena telkomsel selalu berkembang menyesuaikan dengan kebutuhan sehingga mempermudah komunikasi, dengan mudahnya komunikasi dapat meningkatkan berkembangnya suatu bangsa. Sedangkan yang menyatakan Cukup Baik adalah 2 orang atau dengan persentase 20%, alasannya sama dengan Baik. Dan untuk yang menyatakan kurang baik yaitu tidak ada

Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator demografis dikategorikan baik dengan persentase 90%.

*Hasil wawancara dengan manager regional account wilayah sumbagteng bahwa kartu Telkomsel mempunyai banyak pilihan bagi konsumen mulai dari tarif, paket serta promo, hal tersebut dibuat untuk menyesuaikan dengan kebutuhan serta keadaan pengguna kartu Telkomsel*

### 3. Psikografis

Tabel 10 : Distribusi Tanggapan Responden Pengguna Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Psikografis pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kelas Sosial	20 (40%)	28 (56%)	2 (4%)	50
2	Gaya Hidup	25 (50%)	25 (50%)	-	50
3	Kepribadian	24 (48%)	26 (52%)	-	50
	Jumlah	69	79	2	150
	Rata-Rata	23	26	1	50
	Persentase	46	52%	2%	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 10 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 20 orang terdiri dari Umum 8 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 4 orang menyatakan

Baik atau sama dengan 40%, alasanya karena kartu Telkomsel memberikan pilihan paket dan tarif sesuai dengan kelas sosial penggunanya, mereka dapat memilih kartu Telkomsel yang mana

cocok untuk kebutuhan mereka. Sedangkan 28 responden terdiri dari PNS 4 orang, Umum 6 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 8 Orang, dan pelajar 5 orang menyatakan cukup baik atau sama dengan persentase 56% karena konsumen merasa cukup sesuai dengan kelas sosial mereka. Namun tidak selalu menguntungkan di beberapa promo maupun paketnya. mereka harus mengaktifkan paket dan promo untuk dapat menikmati tarif yang sesuai. Dan yang menyatakan kurang baik adalah 2 orang berprofesi sebagai mahasiswa dan umum atau persentase 4% dari jumlah responden dengan alasan mereka sulit menentukan pilihan paket yang sesuai dengan kelas sosial mereka karena mereka tidak mengerti.

Item pertanyaan 2 dapat dilihat bahwa 25 orang terdiri dari PNS 2 orang, Umum 10 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 5 Orang, dan pelajar 3 orang menyatakan Baik atau sama dengan 50%, alasannya karena kartu Telkomsel mempunyai signal yang kuat hampir diseluruh wilayah sehingga tidak menyulitkan aktifitas mereka, Kartu Telkomsel selalu memberikan promo baru sesuai dengan perkembangan gaya hidup, sehingga mereka merasa cocok. Sedangkan responden menyatakan cukup baik adalah 25 orang terdiri dari

PNS 2 orang, Umum 5 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 8 Orang, dan pelajar 7 orang dengan persentase 50% dengan alasan bahwa pengaktifan paket terkadang menyulitkan mereka karena menggunakan batas waktu ditambah lagi mereka yang mempunyai aktifitas padat. Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 3 dapat dilihat bahwa 24 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 11 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 4 Orang, dan pelajar 4 orang menyatakan Baik atau sama dengan 28%, alasannya Karena cocok untuk kepribadian mereka, mereka telah menggunakan kartu Telkomsel sejak lama. Sedangkan responden menyatakan cukup baik 26 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 4 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 9 Orang, dan pelajar 5 orang atau dengan persentase 52% dengan alasan mereka cocok namun mereka masih membutuhkan sosialisasi paket dan promo agar dapat mendapatkan kemudahan yang ditawarkan. Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator psikografis dikategorikan cukup Baik dengan persentase 52%.

Tabel 11 : Distribusi Tanggapan Responden Customer Service Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Psikografis pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kelas Sosial	10 (100%)	-	-	10
2	Gaya Hidup	10 (100%)	-	-	10
3	Kepribadian	9 (90%)	1 (10%)	-	10
	Jumlah	29	1	-	30
	Rata-rata	9	1	-	10
	Persentase	90%	10%		100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 11 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 10 orang menyatakan Baik atau sama dengan 100%, alasannya karena kartu

Telkomsel memberikan pilihan paket dan tarif sesuai dengan kelas sosial penggunaanya sedangkan yang

menyatakan cukup baik 0 responden dan kurang baik 0 responden

Item pertanyaan 2 dapat dilihat bahwa 10 orang menyatakan Baik atau sama dengan 100%, alasannya karena kartu telkomsel mempunyai paket dan promo yang bisa memenuhi gaya hidup pengguna Kartu Telkomsel. Sedangkan responden menyatakan cukup baik 0 responden. Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 3 dapat dilihat bahwa 9 orang menyatakan Baik atau sama dengan 90%, alasannya Karena cocok untuk kepribadian pelanggan. Sedangkan responden menyatakan cukup baik 1 orang atau dengan persentase 10% dengan alasan Telkomsel selalu berusaha memenuhi kebutuhan

pelanggan. Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator psikografis dikategorikan Baik dengan persentase 90% dari keseluruhan tanggapan atau jawaban responden customer service sebanyak 29 orang.

*Hasil wawancara dengan Manager regional account wilayah sumbagteng bahwa Telkomsel menciptakan produk mengikuti perkembangan zaman dan perubahan pola gaya hidup konsumen.*

*Hasil wawancara dengan supervisor sales and outlet operation inner adalah “ hampir semua produk telkomsel diciptakan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup konsumen ”*

#### 4. Perilaku

Tabel 12 : Distribusi Tanggapan Responden Pengguna Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Perilaku pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Pengetahuan	26 (52%)	22 (44%)	2 (4%)	50
2	Sikap	20 (40%)	30 (60%)	-	50
3	Respon Produk	20 (40%)	29 (58%)	1 (2%)	50
	Jumlah	66	81	3	150
	Rata-rata	22	27	1	10
	Persentase	44%	54%	2%	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 12 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 26 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 11 orang, Wiraswasta 2 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 6 orang menyatakan Baik atau sama dengan 52%, alasannya karena konsumen memahami jenis paket dan promo telkomsel karena Telkomsel sudah mensosialisasikan melalui media seperti iklan-iklan di televise maupun spanduk. Sedangkan 22 responden terdiri dari PNS 2 orang, Umum 4 orang, Wiraswasta 7 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 3 orang menyatakan cukup baik atau sama dengan persentase 44% karena konsumen merasa cukup

mengerti dengan cara penggunaan serta pemilihan paket mereka, namun pemilihan paket dan promo yang banyak terkadang membuat mereka lupa bagaimana cara pengaktifannya. Dan yang menyatakan kurang baik adalah 2 orang terdiri dari PNS dan Mahasiswa atau persentase 4% dari jumlah responden dengan alasan mereka sulit menentukan pilihan paket dikarenakan banyak jenis dan dirasa cukup rumit untuk pengguna yang tidak terlalu mengerti tentang cara pengaktifan paket maupun promo.

Item pertanyaan 2 dapat dilihat bahwa 20 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 6 orang, Wiraswasta 3 orang,

Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 2 orang menyatakan Baik atau sama dengan 40%, alasannya karena kebutuhan mereka pada telekomunikasi dan internet tinggi sehingga mereka sering menggunakan layanan dikartu Telkomsel mereka. Sedangkan responden menyatakan cukup baik adalah 30 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 9 orang, Wiraswasta 6 orang, Mahasiswa 7 Orang, dan pelajar 7 orang dengan persentase 60% karena mereka sering menggunakan namun untuk internet mereka menggunakan kartu provider lain dengan tarif yang lebih murah .Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 3 dapat dilihat bahwa 20 orang terdiri dari PNS 1 orang, Umum 8 orang, Wiraswasta 4 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 1 orang menyatakan Baik atau sama dengan 40%, alasannya Karena mereka merasa puas menggunakan Kartu Telkomsel, sebagian dari mereka telah

menggunakan lama, dan merasa cocok dengan paket maupun promo yang ditawarkan. Sedangkan responden menyatakan cukup baik 29 orang terdiri dari PNS 3 orang, Umum 7 orang, Wiraswasta 5 orang, Mahasiswa 6 Orang, dan pelajar 8 orang atau dengan persentase 52% dengan alasan mereka merasa cukup puas menggunakan Kartu Telkomsel namun mereka merasa harus adanya sosialisasi produk agar mereka tidak sulit menentukan pilihan dan pengaktifan paket serta promo. Dan kurang baik adalah 1 terdiri dari mahasiswa dengan persentase 2% dari jumlah responden mereka merasa kurang puas menggunakan kartu Telkomsel karena untuk hari-hari tertentu signal kurang bagus dan tarif ke operator lain dirasa cukup mahal.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator psikografis dikategorikan cukup Baik dengan persentase 54%.

Tabel 13 : Distribusi Tanggapan Responden Customer Service Kartu Telkomsel Terhadap Indikator Perilaku pada Kartu Telkomsel

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Pengetahuan	6 (60%)	4 (40%)	-	10
2	Sikap	9 (90%)	1 (10%)	-	10
3	Respon Produk	9 (90%)	1 (10%)	-	10
	Jumlah	24	6	-	30
	Rta-rata	8	2	-	10
	Persentase	80%	20%	-	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Berdasarkan tabel 13 untuk item pertanyaan 1 dapat dilihat bahwa 6 orang menyatakan Baik atau sama dengan 60%, alasannya karena konsumen memahami jenis paket dan promo telkomsel karena Telkomsel sudah mensosialisasikan melalui media yang ada.Sedangkan 40 responden menyatakan cukup baik atau sama dengan persentase 40% karena sebagian konsumen merasa sulit menentukan

paket yang cocok .Dan yang menyatakan kurang tidak ada

Item pertanyaan 2 dapat dilihat bahwa 9 orang menyatakan Baik atau sama dengan 90%, alasannya menurut mereka sikap pengguna kartu telkomsel cukup baik dan memiliki lebih dari 100 juta pelanggan seindonesia. Sedangkan responden menyatakan cukup baik adalah 1 orang dengan persentase 10% dengan alasan yang sama dengan

Baik. Dan kurang baik adalah 0 persen dari jumlah responden.

Item pertanyaan 3 dapat dilihat bahwa 9 orang menyatakan Baik atau sama dengan 90%, alasannya Karena mereka sebagian besar pengguna merasa puas menggunakan Kartu Telkomsel. Sedangkan responden menyatakan cukup baik 1 orang atau dengan persentase 90% dengan alasan yang sama dengan Baik yaitu pengguna merasa cukup puas menggunakan Kartu Telkomsel. Dan kurang baik adalah tidak ada

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator psikografis dikategorikan Baik dengan persentase 90% dari keseluruhan tanggapan atau

jawaban responden customer service sebanyak 9 orang.

*Hasil wawancara dengan manager regional account wilayah sumbagteng dan Hasil wawancara dengan supervisor sales and outlet operation inner adalah "Telkomsel merupakan kartu provider dengan pengguna Terbanyak se Indonesia, Hal tersebut merupakan feedback yang baik dari pelanggan"*

Untuk mengetahui bagaimana rekapitulasi dari 50 orang responden pengguna kartu Telkomsel dan 10 responden Customer Service terhadap Faktor Segmentasi Yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Menggunakan Kartu Provider Telkomsel Studi Kasus PT Telkomsel Pekanbaru Sebagai Berikut :

Tabel 14 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Pengguna Kartu Telkomsel Terhadap Faktor Segmentasi Yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Menggunakan Kartu Provider Telkomsel Studi Kasus PT Telkomsel Pekanbaru

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Geografis	35 (70%)	15 (30%)	-	50
2	Demografis	24 (48%)	24 (48%)	2 (4%)	50
3	Psikografis	23 (46%)	26 (52%)	1 (2%)	50
4	Perilaku	22 (44%)	27 (54%)	1 (2%)	50
	Jumlah	104	92	4	200
	Rata-Rata	26	23	1	50
	Persentase	52%	46%	2%	100%

Sumber : Data Olahan penelitian 2015

Dari data tabel rekapitulasi tanggapan responden konsumen terhadap faktor segmentasi yang mempengaruhi konsumen dalam memilih menggunakan kartu provider Telkomsel Studi Kasus PT Telkomsel Pekanbaru untuk kategori penilaian baik yaitu sebesar 52 %, , untuk kategori cukup baik sebanyak 46% dan untuk kategori Kurang baik sebanyak 2% total dari keseluruhan responden adalah 50 orang. Dari hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa untuk penelitian ini dikategorikan **Cukup Baik** yaitu dengan total persentase 52% sesuai dengan penjelasan di depan bahwa persentase

33%-67% masuk ke dalam kategori Cukup Baik.

Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel faktor Segmentasi Yang mempengaruhi Konsumen Memilih Menggunakan Kartu Provider Telkomsel **Cukup Baik** artinya dalam membagi kelompok konsumen PT Telkomsel sudah cukup memenuhi kebutuhan mereka, tetapi jenis paket dan produk yang banyak membuat konsumen sulit menentukan pilihan dan memilih untuk menggunakan paket yang ada dikartu dari awal membeli, sehingga sebagian konsumen merasa kurang puas karena tidak bisa menikmati paket serta promo yang disediakan PT Telkomsel .

Tabel 15 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Customer Service Kartu Telkomsel Terhadap Faktor Segmentasi Yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Menggunakan Kartu Provider Telkomsel Studi Kasus PT Telkomsel Pekanbaru

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Geografis	9 (90%)	1 (10%)	-	10
2	Demografis	9 (90%)	1 (10%)	-	10
3	Psikografis	9 (90%)	1 (10%)	-	10
4	Perilaku	8 (80%)	2 (20%)	-	10
	Jumlah	35	5	-	40
	Rata-Rata	9	1	-	10
	Persentase	90%	10%	-	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian 2015

Dari data tabel rekapitulasi tanggapan responden Customer Service terhadap faktor segmentasi yang mempengaruhi konsumen dalam memilih menggunakan kartu provider Telkomsel Studi Kasus PT Telkomsel Pekanbaru untuk kategori penilaian baik yaitu sebesar 90 %, , untuk kategori cukup baik sebanyak 10% dan untuk kategori Kurang baik tidak ada total dari keseluruhan responden adalah 10 orang. Dari hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa untuk penelitian ini dikategorikan **Baik** yaitu dengan total persentase 90% sesuai dengan penjelasan didepan bahwa persentase 68%-100% masuk ke dalam kategori Baik.

## PENUTUP

### Kesimpulan

#### a. Responden Konsumen

1. Indikator Geografis pada kategori Baik, bahwa Segmentasi Geografis pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta pada responden alasan yang paling banyak adalah karena signal Telkomsel bagus dan kuat didaerah mereka.
2. Indikator Demografis pada kategori Cukup Baik, bahwa Segmentasi Demografis pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Cukup Baik hal ini karena Telkomsel

memberikan pilihan Paket untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan pola hidup yang berbeda-beda

3. Indikator Psikografis pada kategori Cukup Baik, bahwa Segmentasi Psikografis pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Cukup Baik karena Telkomsel selalu mengikuti perkembangan gaya hidup masyarakat untuk dapat menciptakan pelayanan yang baik serta memenuhi kebutuhan konsumen
4. Indikator Perilaku Pada kategori Cukup Baik, bahwa Segmentasi Perilaku pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Cukup Baik dan dapat memenuhi kepuasan konsumen.

#### b. Responden Customer Service

1. Untuk indikator Geografis Pada kategori Baik, bahwa Segmentasi Geografis pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen karena Telkomsel berusaha menjangkau ke semua daerah dengan memperkuat signal
2. Untuk indikator Demografis pada kategori Baik, bahwa Segmentasi Demografis pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen karena Telkomsel

- memberikan pilihan paket serta tarif yang dapat dipilih oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda
3. Untuk indikator Psikografis berada pada kategori baik, bahwa Segmentasi Geografis pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen karena Telkomsel selalu mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat
  4. Untuk indikator Perilaku berada pada kategori Baik, bahwa Segmentasi Perilaku pada kartu provider Telkomsel dikategorikan Baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen karena Telkomsel merupakan kartu provider terbanyak se Indonesia, ini menjadi bukti sebagai *Feedback* dari konsumen

#### **Saran**

Adapun saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk indikator Geografis alangkah baiknya lebih ditingkatkan lagi, terutama kualitas signal pada hari-hari besar yang sering tidak bagus lebih ditingkatkan
2. Untuk indikator Demografis sudah cukup baik dengan membuat jenis paket yang beragam namun alangkah baiknya jenis paket tidak terlalu banyak melainkan difokuskan pada kebutuhan konsumen, seperti tarif telfon, sms dan internet hemat sekaligus, bukan membuat konsumen memilih salah satunya
3. Untuk indikator Psikografis alangkah baiknya lebih ditingkatkan lagi kualitas pelayanan telekomunikasi seperti kecepatan kecepatan internet serta tarif karena semakin bersaingnya kartu provider

- lain untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup konsumen
4. Untuk indikator perilaku alangkah baiknya sosialisasi terhadap paket dan promo lebih ditingkatkan karena walaupun Telkomsel membuat jenis paket dan promo yang beragam untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda, namun sebagian konsumen tidak mengetahui cara pengaktifan maupun penggunaan paket sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen

#### **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

- Lupiyoadi , Sofian, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa.*, Jakarta, Salemba empat,
- Moh. Nazir. Ph.D, 2005, *Metode Penelitian.* Bogor, Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Kotler, 1997. *Manajemen pemasaran* (diterjemahkan Hendra teguh SE), Jakarta, PT Prenhalindo,
- Siagian, Sondang P. 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ketiga belas, Jakarta. Bumi Aksara,
- Adrian Payne, 2001. "Service Marketing Pemasaran Jasa", Yogyakarta. Andi
- Zulkifli. 2005, *Pengantar studi ilmu administrasi dan manajemen* , Jakarta. UIR Press, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah.* Jakarta, PT. Toko Gunung Agung,
- Handyaningrat, soewarno. 1996, *Pengantar studi ilmu administrasi dan manajemen* . Jakarta, Gunung Agung

- M, Manullang, 2001. *Manajemen Personalia* Edisi 3. Edisi I, Yogyakarta, BPEE
- Ristiyanti, ihalau, 2004, *Perilaku konsumen*, Yogyakarta, Andi
- Angipora, Marius P, 2002. *Dasar – Dasar Pemasaran*, Edisi Kedua. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada,
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada,
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta Graha Ilmu..
- Boyd, Walker, Larreche, 2000. *Manajemen Pemasaran suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta. Erlangga.
- Cahyono, Bambang Tri. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Badan IPWI..
- Engel, James. F, Roger. D. Blackwell dan Miniard, Paul. W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid I. Jakarta, Binaru 92 Aksara.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* (diterjemahkan Benjamin Molan). Edisi Kesebelas, Jilid 1, Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia,
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (diterjemahkan oleh Bob Sabran). Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* (diterjemahkan Benjamin Molan). Edisi Kedua Belas, Jilid 1, Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia,
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Bandung. Revika Aditama.
- Mowen, John dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. . Jakarta. Erlangga
- Muhamad Jibran, 2010. *Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Warnet Di Kota Palu. (Studi Kasus Warnet Geonet)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tadulako, Sulawesi Tengah.
- Rangkuti, Freddy, 1997. *Riset Pemasaran*, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama,
- Setiadi, Nugroho J., 2003. *Perilaku Konsumen* (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran). Jakarta. Kencana.
- Swastha, Basu, dan T. Hani Handoko, (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Tiga, Yogyakarta. Liberty.
- Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Purwadi, Budi. 2000. *Riset Pemasaran; Implementasi Dalam Bauran Pemasaran*, Jakarta. PT. Grafindo.
- Simamora, Bilson, 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Amirullah, dan imam hardjanto, 2005. *Pengantar bisnis*, edisi pertama, Yogyakarta, graha ilmu,
- Swastha, basu, 2001, *manajemen penjualan*, edisi ketiga, Yogyakarta, BPFE,
- Ratih hurriyanti 2010, *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*, Bandung, Alfabeta,
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka,
- [www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)